

Titulació	Tipus	Curs
4314947 Planificació Estratègica en Publicitat i Relacions Públiques	OB	0

### Professor/a de contacte

Nom: Ileana Lis Zeler

Correu electrònic: ileana.zeler@uab.cat

### Equip docent

Guillem Marca Frances

Aranzazu Danés Vilallonga

Ana Beatriz Valli Casado

### Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

### Prerequisits

No hi ha prerequisits per cursar aquesta assignatura.

### Objectius

- Adquirir eines per integrar de manera efectiva estratègies de publicitat i relacions públiques en l'entorn digital actual.
- Desenvolupar habilitats i competències en la planificació estratègica de la comunicació digital, utilitzant eines i tècniques avançades.
- Obtenir capacitat en la personalització d'estratègies de publicitat i relacions públiques adaptades a diferents públics i plataformes en l'entorn digital.
- Desenvolupar competències per gestionar estratègicament la comunicació digital a través de mitjans digitals.

### Competències

- Dissenyar, planificar i dirigir accions de màrqueting en els nous escenaris que planteja la societat de la informació.
- Distingir els problemes estratègics de la comunicació de les corporacions institucionals i les organitzacions no lucratives.
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.

## Resultats d'aprenentatge

1. Adaptar-se al treball en línia amb els mitjans socials
2. Conèixer l'actuació integrada de la publicitat i les relacions públiques en la planificació estratègica digital.
3. Conèixer les característiques específiques de la planificació estratègica digital.

## Continguts

- Introducció a la planificació estratègica digital en el context actual: desafiaments i oportunitats de negocis digitals.
- Relacions Públiques 2.0: àmbits d'actuació i tècniques.
- Identificació i segmentació de públics en l'entorn digital.
- Planificació estratègica de la comunicació digital: disseny, execució i avaluació.
- Estratègies de relacions públiques digitals i col·laboració amb influencers.
- Gestió estratègica de la comunicació en xarxes socials.
- Gestió de la comunicació de crisi digital: estratègies i eines.
- Lideratge i comunicació en el context digital.

El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere.

## Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes de problemes i plantejament d'estratègies digitals	15	0,6	1, 3
Classes magistrals en format presencial	30	1,2	2, 3
Tipus: Supervisades			
Tutories	12	0,48	1, 3
Tipus: Autònomes			
Elaboració de treballs	50	2	2, 3
Estudi personal	40	1,6	1

Es realitzaran classes magistrals presencials i classes de problemes i plantejament d'estratègies digitals, així com tutories i activitats autònomes de treball individual.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

## Avaluació

### Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Entrega de treballs	50	1,5	0,06	1, 2, 3
Presentació oral de treballs	20	0,5	0,02	1, 3
Proves de processos	30	1	0,04	1, 2, 3

Per a l'avaluació de l'assignatura es tindrà en compte la presència de l'alumnat a les classes dirigides presencials, magistrals i de problemes (com a mínim el 80% són obligatòries), així com la seva participació en les activitats supervisades i autònomes. L'avaluació és continuada i no hi ha examen teòric final del mòdul.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals sigui d'un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura. Les activitats que queden excloses del procés de recuperació són les presentacions orals de treballs i l'assistència a les classes magistrals.

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat...) es qualificarà amb 0,0 en aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0,0.

## Bibliografia

- Bradley, Joseph; Loucks, Jeff; Macaulay, James; Noronha, Andy; Wade, Michael (2015). *Digital Vortex: how digital disruption is redefining industries*. IMD and Cisco Initiative: <https://www.cisco.com/c/dam/en/us/solutions/collateral/industry-solutions/digital-vortex-report.pdf>
- Capriotti, Paul, Zeler, Ileana. (2023) Analysing effective social media communication in higher education institutions. *Humanities & Social Sciences Communication* 10, 656. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02187-8>
- Cuenca-Fontbona, Joan, Compte-Pujol, Marc; Zeler, Ileana (2022). La Estrategia Aplicada a Las Relaciones Públicas En El Medio Digital: El Caso español. *Revista Latina De Comunicación Social*, 80 (febrero):163-82. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1537>
- De la Cierva, Yago (2020) *Navegar en aguas turbulentas: Principios y buenas prácticas en gestión y comunicación de crisis*. IESE.
- Gutiérrez-García, Elena; Sadi, Gabriel (2020). Capacidades profesionales para el mañana de la comunicación estratégica: contribuciones desde España y Argentina. *Revista De Comunicación*, 19(1), 125-148. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A8>
- IAB Spain (s.d.). Estudio anual de redes sociales en España. Recuperado de <https://iabspain.es/categoria-de-estudio/redes-sociales/>
- Losada, José Carlos (2014). *Comunicación en la gestión de crisis*. Editorial UOC.
- Marca Francés, Guillem (2018). *Como hacer un plan estratégico de comunicación. Vol. IV: La investigación estratégica de evaluación*. Editorial UOC.

- Maxwell, John (2010) *El poder de las relaciones: Lo que distingue a la gente altamente efectiva*. HarperEnfoque
- Oliveira, Andrea (2018). *Como hacer un plan estratégico de comunicación. Vol. II: Públicos y Stakeholders*. Editorial UOC.
- Vargas Portillo, Patricia (2021). Qué hacer cuándo arde la Red: gestión de crisis de comunicación on-line. *Comunicación Y Hombre*, (17), 381-383.  
<https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.660.381-383>
- WE ARE SOCIAL (2024). DIGITAL IN 2024: <https://wearesocial.com/es/blog/2024/01/digital-2024/>

## Programari

Es treballa principalment amb recursos digitals i TIC: xarxes socials, Google Analytics, campus virtual, entre altres.

## Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TEm) Teoria (màster)	30	Espanyol	segon quadrimestre	tarda